

***THE INFLUENCE OF IMPLEMENTATION RELATIONSHIP  
MARKETING AND PRICING TO LENDING CUSTOMER  
LOYALTY (Study At Lending Customer of Industry Group 2  
Commercial Banking Division PT Bank UOB Indonesia)***

Oleh

**ENY KUSUMAWATI**

**2012410079**

**SKRIPSI**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eny Kusumawati

NIM : 2012410079

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Implementasi *Relationship Marketing* dan *Pricing* terhadap Loyalitas Nasabah *Lending* (Studi pada Nasabah *Lending* Divisi Industry Group 2 *Commercial Banking* PT Bank UOB Indonesia)

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

Jakarta, Februari 2018

Menyetujui,  
Pembimbing I

(Dr. Firsan Nova)

Pembimbing II

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

**PENGARUH IMPLEMENTASI *RELATIONSHIP MARKETING*  
DAN *PRICING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
*LENDING* (Studi pada Nasabah *Lending* Divisi Industri Grup 2  
*Commercial Banking* PT Bank UOB Indonesia)**

***THE INFLUENCE OF IMPLEMENTATION RELATIONSHIP  
MARKETING AND PRICING TO LENDING CUSTOMER  
LOYALTY (Study At Lending Customer of Industry Group 2  
Commercial Banking Division PT Bank UOB Indonesia)***

Oleh

**ENY KUSUMAWATI**

**2012410079**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu  
Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada  
Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 15 Februari 2018 dengan nilai B

**Dr. Firsan Nova**

Pembimbing I

**Ellena Nurfazria H, SE, MM**

Pembimbing II

**Dr. Firsan Nova**

**Drs. Fauzi Baisyir, MM**

Penguji II

Penguji I

**Ellena Nurfazria H, SE, MM**

Penguji III

**Sukardi, MM**

Dekan

**Ellena Nurfazria H, SE, MM**

Ketua Jurusan Manajemen

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eny Kusumawati

NIM : 2012410079

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh Implementasi *Relationship Marketing* dan *Pricing* terhadap Loyalitas Nasabah *Lending* (Studi pada Nasabah *Lending* Divisi Industri Grup 2 *Commercial Banking* PT Bank UOB Indonesia)** yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova dan Ibu Ellena Nurfazria Handayani, MM adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam Skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti Skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Februari 2018

Yang Membuat Pernyataan,

Eny Kusumawati

## ABSTRAK SKRIPSI

### 1. Keterangan Tentang Skripsi

1.1 Judul Skripsi : Pengaruh Implementasi *Relationship Marketing* Dan *Pricing* Terhadap Loyalitas Nasabah *Lending* (Studi pada Nasabah *Lending* Divisi Industri Grup 2 *Commercial Banking* PT Bank UOB Indonesia)

1.2 Subjek : 1. *Relationship Marketing*  
2. *Pricing*  
3. Loyalitas Nasabah

1.3 Nama : Eny Kusumawati

1.4 NIM : 2012410079

1.5 Bidang Ilmu : Manajemen Pemasaran

1.6 Dosen Pembimbing : 1. Bapak Dr. Firsan Nova  
2. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, MM

Tahun kelulusan : 2018

### II. Uraian Materi

## ABSTRAK

Nama : Eny Kusumawati NIM : 2012410079 Judul : Pengaruh *Relationship Marketing* dan *Pricing* Terhadap Loyalitas Nasabah Lending (Studi Pada Divisi Industri Grup 2 *Commercial Banking* PT Bank UOB Indonesia).  
Kata Kunci : *Relationship Marketing*, *Pricing* dan Loyalitas Nasabah

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Implementasi *Relationship Marketing* dan *Pricing* terhadap Loyalitas Nasabah *Lending* (Studi pada divisi Industri Grup 2 *Commercial Banking* PT Bank UOB Indonesia). Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan penyebaran kuisioner pada nasabah *lending* Divisi Industri Grup 2 *Commercial Banking* PT Bank UOB Indonesia yang berjumlah 34 perusahaan yang masih aktif sebagai nasabah sampai dengan bulan Mei 2017. Setiap perusahaan di wakili oleh 2 orang dari *Top Level Management* dan *Low Level Management*,

Untuk variabel *pricing* ( $X_2$ ) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ). Berdasarkan perhitungan yang diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $0,544 < 1,996$  dan dengan probabilitas signifikansi  $0,588 < 0,05$  maka keputusannya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dengan tingkat signifikan 5%.

Hubungan *Relationship Marketing* ( $X_1$ ) dengan Loyalitas Nasabah ( $Y$ ) dengan hasil nilai korelasi ( $R$ ) adalah 0,540 yang berarti tingkat hubungan antara *relationship marketing* dengan loyalitas nasabah adalah sedang dan koefisien determinasi kolom *R Square* memiliki nilai 0,292 (29,2%) yang berarti bahwa pengaruh *relationship marketing* adalah 29,2% dan sisanya 71,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

## ABSTRACT

*Name: Eny Kusumawati NIM: 2012410079 Title: Influence of Relationship Marketing and Pricing on Loyalty of Customer Lending (Study in Industrial Division of Group 2 Commercial Banking of PT Bank UOB Indonesia).*

*Keywords: Relationship Marketing, Pricing and Customer Loyalty*

*The purpose of this research is to know the influence of Implementation of Relationship Marketing and Pricing on Loyal Customer Loyalty (Study on Industrial Division of Group 2 Commercial Banking of PT Bank UOB Indonesia). This research was conducted by data collecting method by distributing questionnaires to lending customers of Commercial Banking Group 2 Commercial Banking Division of PT Bank UOB Indonesia which is still active as customer until May 2017. Each company is represented by 2 people from Top Level Management and Low Level*

*Variable pricing ( $X_2$ ) does not have a significant effect on customer loyalty ( $Y$ ). Based on the calculation obtained  $t$  count  $>$   $t$ table is  $0.544 < 1.996$  and with probability significance of  $0.588 < 0.05$  then the decision is  $H_0$  accepted and  $H_a$  rejected with a significant level of 5%.*

*Relationship Marketing Relationship ( $X_1$ ) with Customer Loyalty ( $Y$ ) with result of correlation value ( $R$ ) is  $0,540$  which means relationship level between relationship marketing with customer loyalty is medium and coefficient of determination  $R$  Square has value  $0,292$  (29,2%) which mean that the influence of relationship marketing is 29.2% and the remaining 71.8% is influenced by other factors.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian dan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH IMPLEMENTASI *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *PRICING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH *LENDING* (Studi pada Nasabah *Lending* Divisi Industri Grup 2 *Commercial Banking* PT Bank UOB Indonesia)”. Penulisan skripsi ini dalam rangka memenuhi syarat kelulusan meraih Gelar Sarjana Ekonomi dalam Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis dalam menyelesaikannya. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Dr. Firsan Nova., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada sekaligus Dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi.
2. Sukardi, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ellena Nurfaiza Handayani, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada sekaligus Dosen pembimbing II.



4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama ini.
5. Ibunda tercinta, yang tidak pernah putus memanjatkan doa kepada Allah SWT untuk kebaikan penulis.
6. Alm. Suami dan putra putri penulis, yang sudah memberikan dukungan dan semangat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
8. Ibu Felicia R Handojo selaku Kepala Divisi Industri Grup 2 Commercial Banking PT Bank UOB Indonesia beserta timnya.
9. Teman-teman seperjuangan yang telah saling mendukung, saling mengingatkan dan saling menguatkan, Widya, Imas, Lia, Pak Ade, Jeje, Yuli.
10. Seluruh mahasiswi manajemen angkatan 2012 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu penulis akan menerima dengan hati yang lapang bila ada kritik dan saran sehingga tentunya akan membuat penulis lebih baik lagi.

Jakarta, Februari 2018

Penulis

Eny Kusumawati

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Landasan Teori.....	12

1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2. Pengertian Perbankan.....	14
3. Pemasaran Bank.....	18
4. Tentang Kredit.....	21
5. Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	28
6. Pengertian <i>Pricing</i> (Harga).....	40
7. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	50
8. Pengertian Pasar Bisnis.....	59
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	63
2.2 Kerangka Pemikiran.....	65
2.2.1. Paradigma Penelitian.....	68
2.3 Hipotesis.....	69
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Metode yang Digunakan.....	70
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	71
3.3 Sumber dan Cara Penentuan data.....	73
3.3.1 Sumber Data.....	73
3.3.2 Cara Penentuan Data.....	74
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	76
3.5.1 Uji Keabsahan data.....	76
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	77
3.5.3 Alat Analisis Data.....	78

3.5.4 Uji Signifikasi .....	80
-----------------------------	----

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN, DAN**

##### **PEMECAHAN MASALAH**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	84
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	84
4.1.2 Bidang Kegiatan / Usaha Instansi.....	85
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	85
4.1.4 Struktur Organisasi.....	87
4.2 Hasil Penelitian.....	88
4.2.1 Deskripsi Profil Responden.....	88
4.2.2 Analisis Kuantitatif Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	93
4.2.3 Analisis Kuantitatif Variabel <i>Pricing</i> .....	100
4.2.4 Analisis Kuantitatif Variabel Loyalitas Nasabah.....	108
4.2.5 Uji Keabsahan Data .....	114
4.2.6 Hasil Analisis Data.....	117
4.2.7 Uji Asumsi Klasik.....	125
4.3 Pembahasan Pemecahan Masalah.....	129

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran.....	131

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>132</b>
-----------------------------	------------

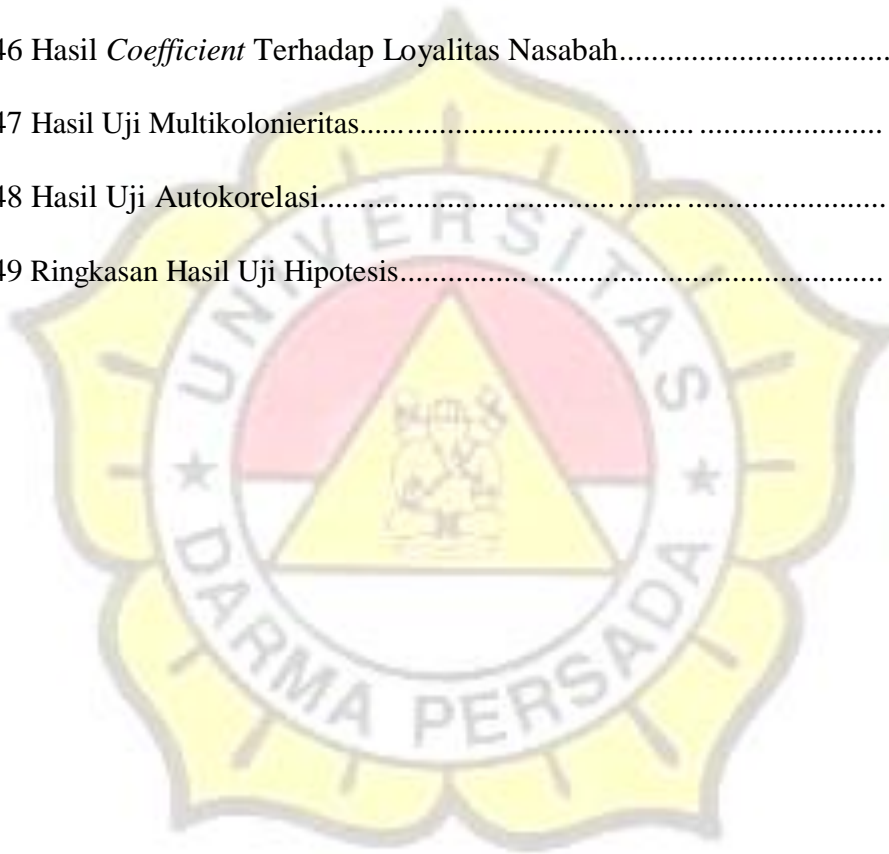


## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Tinjauan Jurnal Penelitian Terdahulu.....	63
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	72
Tabel 4.1 Inital Nama Perusahaan .....	88
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Nomimal Pinjaman Kredit .....	89
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	89
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pinjaman Kredit .....	90
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Suku Bunga dan Komisi .....	90
Tabel 4.6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	93
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	94
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	95
Tabel 4.9 Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	95
Tabel 4.10 Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	96
Tabel 4.11 Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	97
Tabel 4.12 Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	97
Tabel 4.13 Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	98
Tabel 4.14 Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	99
Tabel 4.15 Jawaban Responden Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	99
Tabel 4.16 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Pricing</i> .....	100
Tabel 4.17 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	100
Tabel 4.18 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	102

Tabel 4.19 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	102
Tabel 4.20 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	102
Tabel 4.21 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	103
Tabel 4.22 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	104
Tabel 4.23 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	105
Tabel 4.24 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	106
Tabel 4.25 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	106
Tabel 4.26 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	107
Tabel 4.27 Jawaban Responden Variabel <i>Pricing</i> .....	108
Tabel 4.28 Tabel Distribusi Frekuensi Loyalitas Nasabah.....	108
Tabel 4.29 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah.....	109
Tabel 4.30 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah.....	110
Tabel 4.31 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah .....	110
Tabel 4.32 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah.....	111
Tabel 4.33 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah.....	111
Tabel 4.34 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah.....	112
Tabel 4.35 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah.....	113
Tabel 4.36 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah.....	113
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas Variabel Budaya <i>Relationship Marketing</i> , <i>Pricing</i> Dan Loyalitas Nasabah.....	115
Tabel 4.38 Hasil Uji Reliabilitas Dari Indikator <i>Relationship Marketing</i> .....	116
Tabel 4.39 Hasil Uji Reliabilitas Dari Indikator <i>Pricing</i> .....	116
Tabel 4.40 Hasil Uji Reliabilitas Dari Indikator Loyalitas Nasabah.....	117

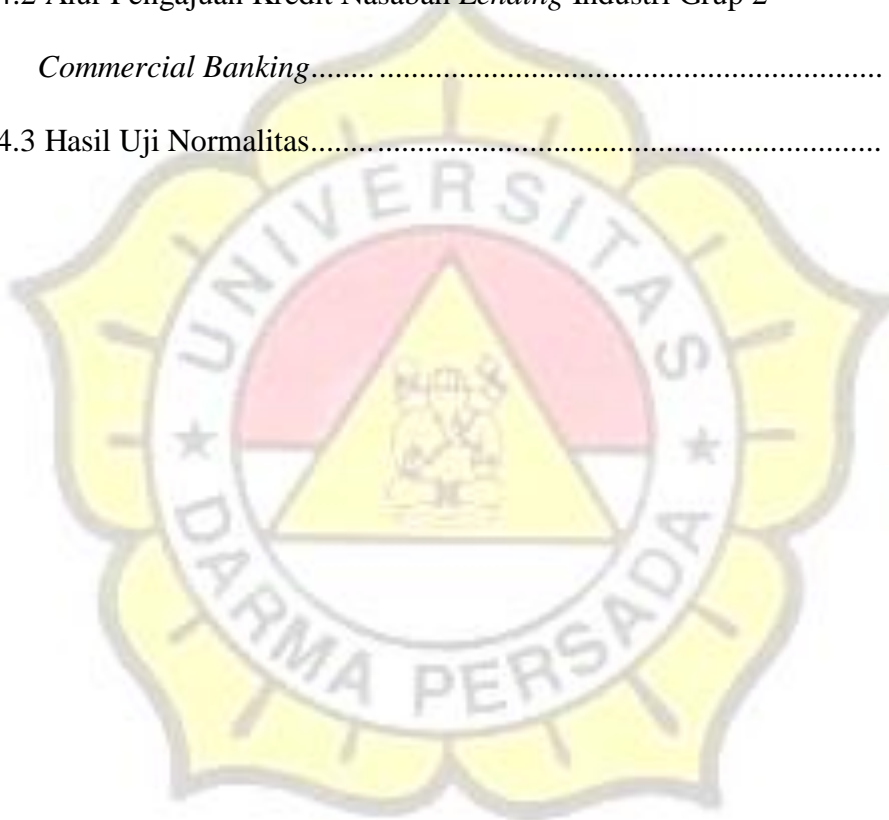
Tabel 4.41 Hasil Koefisien Determinasi <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Pricing</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	118
Tabel 4.42 Hasil Perhitungan Anova <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Pricing</i> .....	119
Tabel 4.43 Hasil <i>Coefficients Relationship Marketing</i> dan <i>Pricing</i> .....	120
Tabel 4.44 Hasil Koefisien Determinasi <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Nasabah.....	121
Tabel 4.45 Hasil Perhitungan Anova <i>Relationship Marketing</i> .....	122
Tabel 4.46 Hasil <i>Coefficient</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	123
Tabel 4.47 Hasil Uji Multikolonieritas.....	125
Tabel 4.48 Hasil Uji Autokorelasi.....	126
Tabel 4.49 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	129





## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Data Nasabah <i>lending</i> PT Bank UOB Indonesia .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	67
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	68
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Divisi Industri Grup <i>Commercial Banking</i> .....	87
Gambar 4.2 Alur Pengajuan Kredit Nasabah <i>Lending</i> Industri Grup 2 <i>Commercial Banking</i> .....	91
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	128



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>LAMPIRAN 1</b> Kuisisioner Penelitian.....	137
<b>LAMPIRAN 6</b> Tabulasi Data Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	142
<b>LAMPIRAN 7</b> Tabulasi Data Variabel <i>Pricing</i> .....	144
<b>LAMPIRAN 8</b> Tabulasi Data Variabel Loyalitas Nasabah.....	146
<b>LAMPIRAN 9</b> Hasil Output SPSS.....	149
<b>LAMPIRAN 10</b> R Tabel.....	155
<b>LAMPIRAN 11</b> F Tabel.....	156
<b>LAMPIRAN 12</b> T Tabel.....	157
<b>LAMPIRAN 13</b> Hasil Wawancara .....	158
<b>LAMPIRAN 14</b> Lembar Konsultasi Skripsi.....	160
<b>LAMPIRAN 15</b> Daftar Riwayat Hidup.....	161

